

общих интересах. Представляется, что взаимное патентование изобретений на основе Европейской и Евразийской патентных конвенций на современном этапе будет способствовать развитию межрегионального внешнеэкономического, в первую очередь торгового и научно-технического, сотрудничества между Россией и Европейским союзом.

Л. Е. Стровский
А. П. Рылова

Уральский технический университет
(Екатеринбург)

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОПЕРАЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Современный бизнес отличается не только динамичностью, усложненностью самого процесса производства благодаря достижениям научно-технического прогресса, но и глобальными масштабами деятельности.

Компании, организации не только сами создают окружающую их действительность, но прежде всего сами подвергаются воздействию различных конъюнктурных факторов. Процессы интернационализации, глобализации создают новые условия, требуют постоянных адаптационных изменений от участников этих процессов и ставят их перед фактом невозможности оставаться в прежнем состоянии. Один из вызовов такого неопределенного периода, о котором Питер Друкер сказал как о времени, «когда люди больше не понимают мир, и прошлого больше не достаточно, чтобы объяснить будущее»¹, является неопределенность, сложность планирования будущего, его предвидения и, как результат, вопрос — что делать организации, чтобы сохранить текущее состояние и иметь возможность развиваться. Инструменты и методы, при-

¹ *Cameron K., Quinn R. Diagnosing and Changing Organizational Culture. Addison-Wesley Publishing Company, 1998.*

меняемые в предыдущие десятилетия, уже не так эффективны, а порой заводят в тупик.

Богатейший источник разнообразия подходов, способов решения различных проблем и задач представляют собой деловые практики и подходы, сложившиеся в различных странах нашего мира. Однако такая открытость таит в себе еще один вызов участникам современных деловых отношений — культурные различия. Отделенные горами, морями, океанами и государственными границами, сообщества людей многие века шли к тому, что сейчас мы называем культурными особенностями той или иной нации, общества.

Замкнутость на себе, своем государстве и экономике противоречит современным тенденциям и не приведет к процветанию. Представители различных государств и континентов общаются на бытовом, корпоративном и государственном уровне. При этом частота контактов не свидетельствует о возрастающей эффективности и уменьшении количества проблем. Чем теснее приходится работать друг с другом, тем более глубинное непонимание может возникнуть.

Открытость не означает ясность. Ясность приходит с опытом, которого все-таки недостаточно на современном этапе общения представителей различных культур. Недостаточно даже для первого этапа взаимодействия — взаимопонимания.

Получение желаемого результата, нахождение компромисса в международной (и внутригосударственной) деловой практике предполагает совместные действия и усилия двух и более сторон, при этом стороны должны понимать друг друга в самых различных аспектах их совместной деятельности. Это понимание не сводится только к знанию того или иного языка. Субъекты общения — люди, которые являются носителями своих собственных ценностей, которые и есть основа их культуры².

В повседневной практике мы сталкиваемся с проявлениями культурных различий на уровне символов, ритуалов, героев, обычаев. То же относится к деловой практике.

Накопленный практический материал позволяет говорить о той или иной культурной совместимости в том числе и дело-

² См.: Hofstede G. Cultures and organizations. L., 1994.

вых культур³. Так, более высокая степень совместимости отмечается у канадских и американских бизнесменов по сравнению со степенью совместимости американцев и японцев или китайцев.

С экономической точки зрения это должно влиять на результаты их совместной деятельности.

В свою очередь предприятия и организации являются носителями организационной культуры, на которую в большой степени должна влиять национальная культура. Общий термин «культура» предполагает схожесть в определении. Организационная культура — коллективное программирование, отличающее представителя одной организации от других⁴.

Исследователи отмечают, что изучение национальных культур не отражает в полной мере характеристики и свойства культур организаций в пределах одной страны или характеристик многонациональных корпораций. Это разные объекты исследования. Однако организационная культура в отличие от национальной есть результат программирования человека во взрослом состоянии, она, как правило, не затрагивает базовые ценности человека и проявляется прежде всего на уровне ритуалов, символов, героев⁵.

Можно выдвинуть предположение о том, что на уровне предприятий и организаций, ведущих внешнеэкономическую деятельность, проблема эффективности межкультурных взаимодействий может быть решена через соответствующее изменение организационной культуры этих предприятий.

В таком случае компания, фирма, организация решает следующие задачи:

- постановка целей и задач взаимодействия с иностранными партнерами;
- определение предполагаемых зарубежных контрагентов и исследование, сбор сведений о культурной среде их деятельности;
- исследование эффективности моделей организационных

³ См.: Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе: от столкновения к взаимопониманию. М., 2001.

⁴ См.: Hofstede G. Cultures and organizations.

⁵ Ibid.

культур в контексте взаимодействия с контрагентами как носителями своей национальной и организационной культуры;

— выбор модели с учетом возможности ее адаптации в собственной культурной среде;

— создание, построение новой или доведение, адаптация, подстройка существующей организационной культуры к выбранной модели.

Этот алгоритм предполагает проработанность и изученность множества вопросов и в настоящий момент является скорее идеализированной последовательностью.

Прежде всего исследования различных культур носят субъективный характер, так как выбранная культура или группа в качестве объекта исследования изучается человеком или группой людей, это означает, что исследование будет преломляться через призму ценностей и представлений какой-либо культуры, носителем которой является изучающий или изучающие.

Далее нужно понимать и изучать свою собственную культуру: национальную, деловую, организационную. Например, для такой емкой по территории, многонациональной страны, как Россия, особенно в связи с изменениями последнего десятилетия, не просто найти общие черты и характерные культурные особенности.

Оценка экономической эффективности моделей организационной культуры — задача авторов. Прежде чем начинать создавать культуру организации, нужно решить, какой она должна быть, создать модель и связать ее с конечными результатами экономических операций фирмы.

Модель — совокупность показателей, изменяя которые можно добиться искомой эффективности операций, в том числе внешнеэкономических.

Главной задачей исследований становится выявление ключевых показателей для оценки и построения организационной культуры и определение их значимости при взаимодействии с различными национальными и деловыми культурами.